图书情报工作
第 63 卷 第 17 期 2019 年 9 月

图书馆数字阅读推广的发展现状与对策*

■ 彭爱东 邢思思 茆意宏
南京农业大学信息科学技术学院 南京 210095

摘要：[**目的/意义**] 对国内图书馆数字阅读推广的发展现状进行调研，以期为未来图书馆数字阅读推广的发展提供建议。[**方法/过程**] 以国内公共图书馆和高校图书馆为主要研究对象，以图书馆网站、微信公众号、微博账号等作为数据来源，利用网络调查法、文献调查法对我国图书馆数字阅读推广的现状进行调研。[**结果/结论**] 目前我国图书馆数字阅读推广发展较快，数字阅读推广的模式包括活动、出版物、人际传播、广告、课程、导航与推荐等，但发展不均衡，以活动模式、推荐模式为主，图书馆数字阅读推广还有较大的发展空间。

关键词：数字阅读 数字阅读推广 阅读推广 图书馆
分类号：G252
DOI：10.13266/j.issn.0252-3116.2019.17.011

1 引言

关于第八届中国馆配高层论坛的报道[1]显示：图书馆的资源建设方式与读者借阅方式发生很大转变，馆配转型升级的步伐大大加快，图书馆对电子书、数据库的关注程度提高。根据国内部分图书馆近年发布的阅读报告、借阅数据，纸质阅读在今后几年将达到一个峰值，而电子阅读在之后将成为主要趋势[2]。在这样的背景下，数字图书馆推广工程、“扫码看书 百城共读”等数字阅读推广活动广受好评，推广效果显著，逐渐成为图书馆阅读推广新的增长点。近年来一些学者[3-5]通过文献调查、问卷调查、网站调查等方式对图书馆数字阅读推广的现状进行调查研究，但多侧重于对推广主体、推广渠道与策略的调研，缺乏对推广对象、目标用户、推广信息等阅读推广要素和数字阅读推广模式整体的调查研究[6]。互联网重塑人与“人”、人与“信息”、人与“服务”的关系，数字阅读推广具有便捷、高效、个性化等特点，对图书馆数字阅读推广工作进行跟踪调研，有助于及时总结经验，发现问题，促进其更好地发展。本研究拟对国内图书馆数字阅读推广模式的发展现状进行调研，总结成绩，分析问题，在此基础上，为未来图书馆数字阅读推广的发展提供建议。

2 研究设计

2.1 数字阅读推广模式

数字阅读推广是旨在促进更多用户利用数字阅读服务的营销、传播、教育等行为，是在切合用户需求的基础上，通过多种手段、方式向用户传递数字阅读服务等信息，引起他们的注意和兴趣，激发他们的阅读欲望和阅读行为，以达到促进数字阅读行为、提高数字阅读素养、改进数字阅读服务的目的。

从营销、传播、教育等多个视角观察的数字阅读推广都重在信息传播与互动，本质上是一个完整的信息流。信息流是由信息源、信息、信道、信宿、信息传播与信息反馈等组成。基于此，数字阅读推广的组成要素包括推广主体、推广对象、目标用户、推广信息、推广渠道、推广方法、推广评价等，数字阅读推广的过程是推广主体首先要确定目标用户，然后根据目标用户的需求确定推广对象，创建合适的推广信息，选择合适的推广渠道和推广策略开展阅读推广，再通过推广评价的设计与实施，测量推广效果。数字阅读推广的外部影响因素包括各种时空场景、文化氛围、政策等微观与宏观环境。数字阅读推广的运行机制是指数字阅读推广系统的组成要素及各要素之间的结构关系、外部影响因素及其影响关系在内外因素作用下的运行过程。如

* 本文系国家社会科学基金项目“基于内容营销的深度数字阅读推广研究”（编号：16BTQ002）研究成果之一。
作者简介：彭爱东（ORCID：0000-0003-2221-415X），副教授，硕士生导师；邢思思（ORCID：0000-0003-0957-8274），本科生；茆意宏（ORCID：0000-0002-1596-8837），教授，博士生导师，通讯作者，E-mail：maoyh@njau.edu.cn。
收稿日期：2018-11-26 修回日期：2019-02-12 本文起止页码：93-102 本文责任编辑：王传清

图 1 所示：

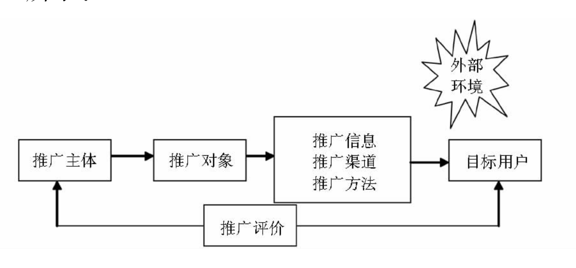


图 1　数字阅读推广的运行机制

数字阅读推广运行模式是对实现数字阅读推广运行机制的各种方法的总结。可以根据数字阅读推广的组成要素和外部影响要素，从单一要素、多要素组合、全要素组合等视角对数字阅读推广的运行模式进行总结。从全要素、全过程进行总结（图 1 中的每个要素、每个过程的具体实现方法加总形成），数字阅读推广的基本模式可以归纳为以下几类：①活动；②出版物；③人际传播；④广告；⑤课程；⑥导航与推荐。当然，这些模式之间也会有一些交叉、重叠。

2.2　调查方法

本文以 2.1 小节所构建的数字阅读推广基本模式为调查框架，以国家图书馆、国内主要的省市公共图书馆和“211 工程”高校图书馆等为研究对象，以图书馆官方网站、微信公众号、微博账号等作为数据来源，利用网络调查法对我国图书馆数字阅读推广模式的现状进行调研，调研时间为 2018 年 7 月至 2018 年 10 月。除网络调查外，笔者还利用文献调查法对素材进行补充，搜集图书馆数字阅读推广案例，并对搜集的资料进行筛选、整理与提炼，从数字阅读推广的全要素视角对国内图书馆数字阅读推广模式的发展动态等进行呈现与分析。

3　图书馆数字阅读推广模式的基本情况

总体看来，目前我国图书馆在开展数字阅读推广工作中，活动、出版物、人际传播、广告、课程、导航与推荐等模式都有发展，但并不均衡，以活动模式、推荐模式为主。

3.1　活动

数字阅读推广活动是当前图书馆数字阅读推广的主要模式之一，包括现场活动、在线活动。活动类型主要有：①举办各具特色的阅读节/季/月、数字阅读推广工程等，通过综合性阅读活动，营造良好的阅读氛围；②开展培训讲座，介绍图书馆数据库资源以及访问方法和使用技巧；③举办征文、信息检索、知识竞猜、资源创作等竞赛活动，在与用户的互动中宣传推广数字资源；④举办线上、线下展览，向用户提供数字图书馆、数据库等数字阅读服务项目；⑤组织共读、读书沙龙、书友会等交流活动等。

3.2　推荐

推荐正日渐成为图书馆数字阅读推广的主要模式，不少图书馆通过网站、移动图书馆 APP、微信微博、地铁公交等渠道定期向用户推荐精选的电子书刊、数据库、网络资源等数字资源，包括主（专）题推荐、专家推荐、名家推荐、用户推荐、自动推荐等，用户可以通过二维码链接直接在线阅读，辅以线下交流活动。

3.3　课程

课程包括阅读课程、阅读行为训练课程等。图书馆开设的慕课（massive open online course，MOOC）凭借其精心设置的课程内容，深受用户喜爱，取得良好的社会效应，国家图书馆公开课属其中的代表。公开课是国家图书馆借鉴慕课“大规模、开放、在线”的理念，依托国家图书馆海量馆藏资源，采取线上线下相结合的互动模式，面向社会大众创立的通识教育平台，设立了专题课程、读书推荐、馆员课堂、典籍鉴赏、名著品读、养生智慧等专题，自 2015 年 4 月 23 日正式上线至今，平台共生产 1 407 场讲座视频，并提供开放服务。每门课程都设有课程概况、课时列表、关联课程、拓展学习等板块，其中在拓展学习板块中，国家图书馆充分利用互联网资源整合的优势，以文字、图片和音视频的形式插入与课程有关的背景知识，向读者推荐与课程相关的专著、期刊等电子资源，并利用超链接实现与馆藏图书、期刊等资源的链接，极大地提高了国家图书馆数字资源的利用率和服务效能。高校图书馆一般会在开设的信息素养课程、在线培训课程中对数字图书馆、数字资源及其使用方法等进行培训，如北京大学图书馆在开设的信息素养课程群中，设有全校公共选修课《电子资源的检索与利用》和精品视频公开课《数字图书馆资源检索与利用》，介绍网上各类电子资源的内容，让学生系统了解和较为熟练地掌握各类数据库、电子期刊、电子图书、报纸、多媒体数据库的检索、浏览和使用方法，促进图书馆数字资源的使用。

总体来看，课程模式尚有较大发展空间，课程的内容与形式都可以加以拓展，如目前不少数字出版机构开设的在线阅读训练类的课程就可以引进到图书馆的数字阅读推广中，以提高图书馆用户的数字阅读素养。

3.4　出版物

出版物包括正式出版物、非正式出版物，如各类指南/宣传册、导读刊物（包括书目、书评、摘要等）。一

彭爱东，邢思思，茆意宏. 图书馆数字阅读推广的发展现状与对策[J]. 图书情报工作,2019,63(17):93－102.

些图书馆通过出版(电子)馆刊开展数字资源推广,如中山大学珠海校区图书馆为校区师生拓展阅读、助力科研而推出的电子刊物《学科杂志》,每期一个主题,通过微信为全校师生推送核心期刊文章,用户点击推文底部的“阅读全文”,或扫描电子期刊封面上的二维码即可获取杂志完整内容。但目前图书馆用于推广数字读物的出版物尚不多见。

3.5 广告

广告包括各种媒介广告,如宣传单、海报、影视广告、在线广告等,通过图文介绍对数字读物、数字图书馆等服务系统进行宣传、告知,并提供在线链接。如上海图书馆为推广数字图书馆曾在多家报纸上刊登“市民数字阅读”的大幅广告,并将二维码印在报刊上,读者扫码即可下载数字图书馆手机 APP,推广效果显著。“扫码看书,百城共读”是中国图书馆学会阅读推广委员会发动全国各城市图书馆及其他阅读机构共同开展的一项数字阅读推广活动,活动以电子图书和二维码为推广内容和阅读方式,利用海报宣传、名人形象推广等方式将包含在线阅览地址二维码的电子图书信息推送到读者身边,读者利用智能手机或平板电脑等扫一扫,即可在线阅览电子图书全文,或通过移动端 APP 下载图书全文阅读。与在大众媒介上做广告相比,更多的图书馆是在馆内外的宣传窗口、网站、微信微博等社区平台上发布数字阅读推广的广告信息。

3.6 人际传播

人际传播包括图书馆员的口头宣传、回答用户咨询和用户之间口耳相传等。图书馆员可以在现场与用户面对面交流,回答用户各种问题,也可以在线与用户互动交流,如西南大学图书馆主办的“书香西大·文明校园”读书系列活动中的“数字资源现场咨询推荐活动”等。很多图书馆,如南开大学图书馆等会邀请数据库商来馆做电子资源的宣传推广活动,通过设立展台等方式,直接与用户面对面交流,探讨电子资源的相关问题。众多图书馆利用主流公共社区平台(如微信、微博、豆瓣阅读等)与用户交流,也有一些图书馆自行开发在线阅读社区,如重庆大学图书馆自行研发了 LIB 2.0 系统虚拟社区“我的书斋”迷你博客、虚拟“书友会”,用户通过此平台对自己阅读过的图书做出评论,进行交流。

4 图书馆数字阅读推广活动模式的发展现状

目前,国内图书馆开展的数字阅读推广活动主要有讲座培训、体验、竞赛、展览、共读等。

4.1 “网络书香·数字图书馆建设与服务”宣传推广活动

“网络书香·数字图书馆建设与服务”宣传推广活动是由国家图书馆牵头,数字图书馆推广工程统一组织,全国公共图书馆共同参与的大型综合性活动,包括讲座、展览、征文、比赛、移动图书馆、数字资源信息检索等活动,向公众提供个性化、多样化、全媒体数字图书馆服务。根据国家图书馆提供的数据,截至 2017 年,由国家数字图书馆牵头的数字图书馆推广工程覆盖全国 41 家省级图书馆、486 家地市级图书馆,服务辐射 2 900 多个县级图书馆。先后举办了以“网络书香”为品牌的“春雨工程·网络书香”“童声诵古韵·经典有新声”“盲人数字阅读推广工程”、移动阅读推广活动等数字阅读推广活动,通过现场、网站(专题网页)、APP、社区、媒体、展览等渠道,宣传推广国家数字图书馆及其数字资源。

“童声诵古韵·经典有新声”全国少儿诗词在线诵读活动始于 2017 年,鼓励少年及其家人共同参与,营造良好的全民诵读氛围,引导少年儿童充分利用国家数字图书馆优质资源。2018 年 6－8 月数字图书馆推广工程联合全国各级公共图书馆继续举办该活动。

2018 年 5 月,国家图书馆联合全国十八家图书馆共同开展以“科技创新 强国富民”为主题的移动阅读推广活动。活动内容包括推送线上专题公益阅读和互动闯关,线下扫码读书、读书问答等。浙江、河南、新疆、云南等 18 家省市区公共图书馆的移动阅读分站共同参与,线上参与人数达到 3 万人。

“网络书香·数字图书馆建设与服务”宣传推广活动具有活动类型丰富多元、多馆协同举办、推广效果显著等优点,但也存在对电子书等数字资源的直接推广不足的缺点。

4.2 讲座、培训、体验

讲座、培训、体验活动是众多图书馆开展数字阅读推广的常规活动模式,表 1 和表 2 列举了目前部分公共图书馆和高校图书馆举办的讲座、培训、体验活动,其中部分活动是与数字出版机构合作举办的,通过线上线下的培训(导读)、互动交流、亲身体验等方式向用户推广数字图书馆系统、服务项目与品牌,以介绍使用方法为主,旨在提高用户的数字阅读素养和利用数字资源的能力。

4.3 竞赛

竞赛也是图书馆举办的数字阅读推广常规活动模式之一。表 3 和表 4 列举了部分公共图书馆和高校图

表 1 部分公共图书馆举办的数字阅读讲座、培训、体验活动

图书馆名称	讲座、培训、体验等活动
首都图书馆	“数字阅读”系列主题活动，包括“云图数字有声图书馆阅读体验互动活动”“龙源数字期刊阅读体验互动活动”、线下培训等
广东省立中山图书馆	每月定期开展“E 读学堂”专题培训，选取与读者生活息息相关的主题，邀请达人到馆通过导读荐读、互动交流、亲身体验等形式进行知识分享，同时结合培训专题推介馆藏电子资源及使用方法
浙江省图书馆	举办主题为“‘阅读，阅自己’浙江数字图书馆推广工程进农村、进学校”的活动，包括 VR（虚拟现实）体验、Scratch 编程体验课、科普大篷车等互动体验
深圳图书馆	举办名为“畅游数字图书馆”“数字资源远程使用”“数据库培训”和“维普数据库培训”的主题讲座
温州市图书馆	每月邀请浙江“畅想之星”电子图书业务经理为读者作《足不出户，博览群书——如何借阅及免费购买正版电子图书》讲座

表 2 部分高校图书馆举办的数字阅读讲座、培训、体验活动

图书馆名称	讲座、培训、体验等活动
北京大学图书馆	开设系列讲座“一小时讲座”，分为“新手上路”“解锁数据库”“沉迷学术”“软件达人”4 个板块面向各院系师生推出学科专场讲座，根据各院系师生的需求以预约安排的形式举办，可预约教师专场或学生专场，主要介绍学科电子资源的种类/数量/用法，以及如何利用电子资源进行学科的学术论文写作、学科科研活动以及课题研究等
清华大学图书馆	定期举行数据库使用的培训讲座
复旦大学图书馆	安排日常培训、预约培训、在线培训，包括数据库使用、电子图书查找等
上海交通大学图书馆	每学期滚动推出读者培训，微信公众号“交图・数据库”栏目定期推送数据库培训讲座信息
中山大学图书馆	举办数据库综合利用等相关资源获取与利用讲座，介绍馆内各种数字资源及其使用方法和技巧

书馆举办的数字阅读竞赛活动，其中部分竞赛活动是多馆联办或与数字出版机构合作举办的，通过线上线下的评选、闯关、答题等方法组织用户参与竞赛，宣传推广电子书等数字资源、数字图书馆服务项目及其使用方法，以提高数字阅读服务的使用率。

表 3 部分公共图书馆举办的数字阅读竞赛活动

图书馆名称	竞赛活动
首都图书馆	市民学习空间・数字阅读达人赛
东莞图书馆	2018 年“e 路有你”数字阅读有奖知识竞赛
江苏少儿数字图书馆	定期组织全省少儿读者参与线上活动，如《论语》知识大闯关线上活动；《长袜子皮皮》阅读之星评选活动；“世界节目趣谈”线上答题活动等
温州市图书馆	与北京畅想之星信息技术有限公司联合一季度举办一次“畅想之星”电子书阅读达人有奖阅读竞赛活动和现场有奖答题大赛；年底举办年度数字阅读答题大赛
佛山市顺德图书馆	开展“信息检索达人”知识竞赛

表 4 部分高校图书馆举办的数字阅读竞赛活动

图书馆名称	竞赛活动
北京大学图书馆	与 EBSCO 合作举办图书馆搜索达人大赛
南京大学图书馆	数据库检索大赛、有奖问答系列活动
南开大学图书馆	Elseriver 电子书网上知识有奖竞答；Academic OneFile 期刊数据库有奖竞答；2018 万方数据知识检索竞赛；Wiley 在线图书有奖问答；和超星公司共同举办“云舟杯”专题阅读创作大赛
浙江大学、南开大学、复旦大学等高校图书馆	与超星集团公司合作举办“超星・云舟杯”专题创作大赛，师生在云舟 APP 上创作专题进行专题创作，推广超星数字资源
浙江大学、复旦大学、上海交通大学、中山大学、武汉大学、南开大学、北京科技大学等高校图书馆	与美国 SAGE 出版公司合作举办数据库有奖问答活动
复旦大学、华东师范大学、上海师范大学等上海高校图书馆	与同方知网上海分公司合作举办“知网杯”上海高校信息资源发现大赛

图书馆与数字出版机构合作举办数字阅读推广大赛是当前的主要推广模式之一。依托数字出版机构的电子资源和在线服务平台，多家图书馆联手开展数字阅读推广竞赛活动，推广数字资源。如超星集团的云舟平台是一个创作的工具平台，支持图片、文字、PPT、音视频等各种富媒体资料的在线编辑和展示，平台内创作作品可以在 PC 和手机等多终端展示和互动，还可分享到微信等社交工具上进行传播推广。浙江大学、南开大学、复旦大学等高校图书馆与超星集团公司合作举办“超星・云舟杯”专题创作大赛，师生在云舟

APP 上进行专题创作。江苏省高校图工委读者服务与阅读推广专委会于 2018 年 4 月至 5 月在全省高校组织开展了首届“云舟杯”共读一本书竞赛活动，由各高校图书馆组织本校读者登陆云舟平台，自建或加入共读小组，进行读书笔记内容的创作，交流互动，分享读书心得。用户创作大赛在当前是一种比较新颖的竞赛模式，推广效果也较明显。

4.4 展览

展览也是图书馆经常开展的数字阅读推广模式之一。通过在线或现场展览，宣传推广数字图书馆、数字资源。如国家图书馆数字图书馆推广工程的“印象数字图书馆”体验区展览，展示了全国可共享的数字资源与服务平台。首都图书馆的数字阅读推荐专题展览在馆内展示、推介数字阅读资源和数字图书馆服务平台。重庆大学图书馆“e 数 e 世界”数字资源推广系列活动通过线下展览等方式推广数字资源。江苏少儿数字图书馆在提供线上资源服务时辅以线下少儿活动、主题展览、大型竞赛类活动等。

4.5 共读活动

越来越多的用户更愿意接受协作互动式的学习，阅读马拉松等共读活动作为新型的群体阅读推广活动模式越来越受到广大用户的欢迎。这些共读活动往往通过阅读沙龙、书友会、社区等阅读共同体或网络平台提供精选的指定读物，有专家/老师导读、有互动（与专家/老师互动、与同学互动），营造集体阅读氛围，激发用户的阅读热情，引导用户养成良好的阅读习惯，提升其数字阅读素养。

4.5.1 民间学会组织全国图书馆参与的共读活动 2016 年中国图书馆学会阅读推广委员会启动“扫码看书 百城共读”阅读推广公益行动，组织各地图书馆及阅读机构参与，编制《活动指南》指导各单位开展活动，成立专家组每期推荐 9 本电子书，引导深度阅读，设计活动宣传海报模板供参与单位免费获取使用，建立活动反馈机制，开设专栏网站为活动单位了解、参与提供信息平台。该活动具有如下特点：①多元推广主体跨地域协作，百城共读，集体阅读氛围强；②推广对象聚焦精选的电子书，有专业的指导推荐，引导深度数字阅读；③推广信息统一（统一品牌、统一海报宣传、名人推荐）；④在线二维码链接，用户获取数字读物非常便捷；⑤推广效果显著，截至 2017 年底，共有来自 29 个省、自治区、直辖市的近 250 所图书馆参与活动。其中，公共图书馆 203 所、院校图书馆 37 所、图书馆学会 2 个、文献情报中心 2 个、党校图书馆 2 所、书店 1 个、图书公司 1 个；共发布荐书活动 7 期 63 种书，全国在线和下载阅读总量为 489 237 人次，其中在线阅读量 403 677 人次，下载阅读量 85 560 人次，平均单本阅读量达 7 765 人次。

4.5.2 图书馆组织的区域共读活动 首都图书馆举办的“共沐书香，悦享好书”青少年经典导读活动，以京津冀三地中小学生为服务对象，以教育部推荐阅读的经典名著为导读内容，书籍可在线阅读，并提供名师讲解视频导读，邀请三地专家学者、文化名人、骨干教师和高校学生，共同成为专业的文化志愿者，依托首都图书馆主导建设的青少年经典导读专用互联网平台，开展包括主题讲座、导读示范课、班级读书会等形式多样的在线志愿服务，并与丰富的线下阅读推广活动相结合。

4.5.3 图书馆组织的本馆共读活动 2018 年北京大学（简称“北大”）图书馆举办“共读一本书”朗读活动，在线征集北大师生分工朗读北大人的文学作品，形成一部有声电子书，可供在线试听下载，线下有机会与名家本人交流共读体会和感想。为庆祝北京大学 120 周年校庆，北京大学图书馆联合北京大学网教办、北京云舒写教育科技有限公司共同举办首届“阅读马拉松”活动，来自不同领域的 10 位顶级大师推荐读本，制定阅读计划，并带领阅读，采取“线上阅读 + 线下沙龙”的方式推广“立体式”阅读，参与者登陆“经典导读”APP 获得电子版资源，按照指示在两周内阅读相应内容，在 APP 上完成阅读打卡，根据阅读完成情况积分排名，获得奖励。该馆通过共读活动在校园中营造自主阅读、自主思考、自主探讨的良好读书氛围，引导学生进行深度数字阅读，提高数字阅读素养。

4.5.4 图书馆与数字出版机构合作举办共读活动 2017-2018 年全国范围内多家高校（西南大学、北京科技大学、西南交通大学等）图书馆与超星出版公司合作举办“共读不孤独”全国共读大赛，依托超星的学习通 APP 和精选的经典著作，组建多个共读小组，每个小组有一位知名专家作为领读人，领读人每日导读，发布当日共读内容，大家一起阅读讨论，领读人通过文字讨论、录音、直播等方式与读者互动，更深层次地解析书目内容、分享个人经历、交流读书心得、讨论热门话题、解答读者疑问，读者可参与签到、写读书笔记、参与小组活动等方式参与和领读人的互动。

5 图书馆数字阅读推荐模式的现状

推荐是近年来发展起来的数字阅读推广新模式，已逐渐成为图书馆数字阅读推广的主流模式，大部分

图书馆都会利用网站、移动图书馆 APP、微信微博、地铁公交环境等,面向用户遇到的问题或任务、喜欢的主题等,定期或不定期向用户推荐图书、期刊、数据库等数字资源,其中以精选的电子书刊文章在线推荐为主,一般通过二维码直接连接数字读物,辅以线下交流活动。

5.1 电子书刊在线推荐

表 5 和表 6 列举了国家图书馆、部分公共图书馆和高校图书馆在线推荐电子书刊模式的基本情况。百城共读等共读活动模式在运作过程中也都是通过在线推荐精选电子书,属于电子书刊推荐。

表 5 国家图书馆、部分公共图书馆在线推荐电子书刊

图书馆名称	推荐实践
国家图书馆	①与京港地铁合作开展“M 地铁 · 图书馆”项目,读者在北京地铁 4 号线上用手机扫描车厢内的二维码,就可畅享移动数字图书馆的电子图书 ②国家图书馆微信号推荐数字图书馆推广工程移动阅读平台中的电子资源,并附有二维码,长按识别二维码即可在线阅读 ③国家数字图书馆在 APP 应用程序中添加“文津经典诵读栏目”,读者可以在每天 9 点接到应用程序推送的由国图精心挑选的经典诗词与格言
上海图书馆	①微信公众号中的微阅读频道。馆员每周围绕某一主题或社会热点推荐 7 本优质电子图书,并利用文章开头的导读语引发读者的阅读兴趣,每本图书都附有“读书小笔记”和二维码,帮助用户快速感知和获取推广对象,用户扫描二维码即可在线阅读 ②微文堂栏目。根据每周热点,重点推荐期刊文章 7 篇 ③外文原版读物专题推荐,一周一期,推送书籍简介,扫码可借阅和试读(一般提供 50 页左右的试读内容)
首都图书馆	①微信公众号“数字资源推荐”栏目,根据社会热点内容,推荐首都图书馆拥有的数字资源,包括电子书、课程视频、数据库、学习小组等,并介绍其访问方式 ②新书上架:一周一期,推荐新书资源,附有书籍内容简介,扫码即可阅读 ③首都数字图书馆“英文原版”栏目,推出 OverDrive 推荐书单,分为儿童篇和成人篇,扫码即可获取读本
深圳图书馆	①M 地铁 · 图书馆——“好书放‘4’读”专栏。由深圳图书馆与港铁(深圳)联合推出全民电子阅读活动,在活动期间,以专栏形式定期推送 10 本精选电子图书供乘客免费阅读 ②微信公众号推送听书资源 ③e 书单。每月 e 书单,通过摘取书评、图书简介介绍和推荐图书,每期推荐 5 本图书,长按识别二维码即可阅读
东莞图书馆	①微信公众号设有“七天共读一本书”“声光色影读经典”等栏目,定期推送数字资源,形成常规化的推广模式。“七天共读一本书”栏目定期向读者推荐“扫码看书,百城共读”书单中的优质电子书,利用书籍简介、推荐理由激发读者阅读兴趣,并附有试读片段和二维码,满足用户快速获取、在线阅读的需求。“声光色影读经典”栏目通过视频、图片、书籍简介等推荐书籍、诗歌等多种形式的数字读物,附有二维码,可扫码在线阅读 ②心随阅动即点即看,通过微博推送书籍简介,附有图书链接,可在线阅读 ③官网首页有推荐图书和二维码,用东莞图书馆 APP 扫描二维码即可免费阅读
镇江市图书馆	“智能公交数字阅读推广项目”[7],镇江公交站台电子显示屏和智能公交车上的移动平台会滚动播出特别定制的二维码,乘客只需用手机扫一扫,即可将电子图书或有声读物下载到手机里,实现随心移动阅读
温州图书馆	微信公众号设置的“易 · 阅读”栏目每周以旅行、心理学、人物传记、推理小说等为固定主题推送电子书书单,不仅有书籍介绍,还附有电子书二维码,可直接扫码阅读,读者可从微信公众号直接进入电子书平台借阅书籍[8]

表 6 部分高校图书馆在线推荐电子书刊

图书馆名称	推荐实践
清华大学图书馆	在清华大学教参服务平台设置了虚拟数字化“荐读图书专架”栏目,根据《清华大学荐读书目》的体例,按照中国文化、中国文学、世界文化、世界文学四部分,分别展示推荐名著信息和部分专家导读内容,共计 120 种。本校读者可浏览荐读图书电子版
上海交通大学图书馆	自 2011 年 10 月起,上海交通大学图书馆推出电子教参服务(智慧泛在课堂),向师生推送个性化的电子教学参考资源,并推广电子教参的移动阅读
浙江大学图书馆	与云图 M-LAB 合作,可以在云图上免费在线阅读专题图书,并在微信推送里推荐专题图书
中山大学图书馆	馆办电子刊物《学科杂志》,一期一主题,为全校师生推送核心期刊文章,点击推文底部的“阅读全文”,或扫描电子期刊封面上的二维码即可获取杂志完整内容
厦门大学图书馆	①“微书评,荐好书”活动,读者可推荐在超星上看过的好书并说明理由,点击封面即可在线阅读 ②八斗荐书,围绕某一主题推荐图书,包含内容简介和评论,每本书还附有三个二维码:发表读后感、电子书、听书
四川大学图书馆	“摇一摇给我一本好书”,通过摇一摇的方式向读者推荐电子书,可全文在线阅读
沈阳师范大学	①微信推送博看微刊每周精选,一周一期,附有期刊介绍,扫描二维码,登陆即可在线阅读 ②超星荐读,推送超星的电子读物(书籍、图录、报刊等),开篇有导读,文末附有推荐图书和推荐理由,扫码即可在线阅读 ③“好书荐读 · 扫码看书”——“扫码看书,百城共读”活动,附有小说推荐、书籍简介、使用方法、书籍二维码

上海图书馆在电子书刊推荐方面处于领先地位。该馆的市民数字阅读推广计划是将上海图书馆的各类数字阅读服务整合起来,于 2011 年底正式启动,依托“市民数字阅读网站”率先推出大众类数字阅读服务。2015 年 5 月,该馆利用微信公众号在国内图书馆界率先推出“微阅读频道”,向注册读者免费开放了一大批正版电子书的全文。用户可以从微信、支付宝、今日头条等平台使用该频道。基于该频道,馆员每周都会围

绕某一主题或社会热点推荐 7 本优质电子图书,并利用文章开头的导读语引发读者的阅读兴趣,每本图书都附有“读书小笔记”和二维码,帮助用户快速感知和获取推广图书,用户扫描二维码即可在线阅读。微阅读频道还定期进行阅读分享、线上读书会、线下实践等互动活动。“微阅读”已经成为上海图书馆移动端电子书阅读品牌,推广效果显著,根据上海公共图书馆 2017 阅读报告的数据显示,从 2015 年开通到 2017 年底,共推荐图书 840 余册。2017 年“微阅读”的总阅读次数达到 315 072 次。2016 年 8 月又推出了期刊微服务的微文堂,根据每周热点,重点推荐期刊文章 7 篇,到 2017 年底,累计推荐 400 余篇。

“M 地铁 · 图书馆”是深圳图书馆与港铁(深圳)在 2017 年联合推出的面向地铁乘客的公益性阅读推广项目,也是当前具有代表性的电子书刊推荐实践。该项目依托地铁出行时间和空间平台,精选深圳图书馆数字资源,乘客(读者)通过移动终端扫描二维码实现在线阅读,也可以将电子图书下载至深圳文献港 APP。一年时间,共推出 4 个不同主题共 40 本可供直接扫码阅读的电子图书,累计参与阅读活动的人数超过 10 万人次。2018 年 8 月,深圳图书馆与港铁(深圳)继续深化“M 地铁 · 图书馆”公益阅读合作,计划推出“共读美好时光”“奋进新时代”“乐动你我,书送希望”等主题,持续至 2019 年 2 月。每期主题活动将推荐精选电子图书和语音读物供市民和乘客扫码免费阅读,并设有“读、评、享”系列互动,另开设阅读分享会、接力读书、地铁听书 1 分钟等活动。

5.2 立体读物推荐

随着馆藏音视频数字资源的增长,一些图书馆开始在线推广听书资源、视频资源。表 7 列举了部分图书馆推荐立体读物的情况。这种推荐模式与纸质读物推荐、电子书刊推荐相融合,有助于激发图书馆用户的阅读兴趣和参与热情,提高数字阅读的推广效果。

表 7　部分图书馆在线推荐立体读物

图书馆名称	推荐实践
首都图书馆	与云图数字有声图书馆合作,在微信公众号中设有“数字资源 · 听书推荐”栏目,定期向读者推荐优质的听书资源,栏目文章中含有书籍简介和二维码,读者识别二维码即可在线听书
深圳图书馆	在微信公众号中推送听书资源
东莞图书馆	微信公众号设有“数字资源知多 D”栏目,按主题推送东莞图书馆的视频资源,附有访问方式
长沙图书馆	微信公众号推出“扫码听书”栏目,向读者推荐有声电子书,鼓励用户利用碎片化时间听书,在间隙中“成长”
清华大学图书馆	在读书月活动中开展图书馆多媒体资源专题推广活动,从馆藏多媒体资源中精选出不同类别的资源,如“先秦诸子”专题等,并对推荐内容进行介绍,附有索书号和数字资源获取方式
沈阳师范大学图书馆	开设聆阅服务,通过微信推送朗读音频,音频内容摘自经典书籍,同时附有作者简介、书籍内容简介
中山大学图书馆	利用读者对视频等立体化资源的偏好,在推荐纸质读物的同时,还向读者推荐相关的视频资源,读者扫描二维码即可在线观看

5.3 数据库推荐

对馆藏数据库资源进行推荐也是图书馆常见的数字阅读推荐模式。表 8 列举了部分图书馆的实践情况,包括两种类型:一类是对馆藏数据库资源及其使用方法的在线介绍;另一类则不同于一般的数据库介绍,其推荐的指向性更明确、具体,一般面向用户遇到的问题、任务或社会热点等。

表 8　部分图书馆在线推荐数据库

图书馆名称	推荐实践
首都图书馆	①根据社会热点,推荐各种数字图书馆和数据库资源,并介绍其访问方式 ②面向毕业生推荐写毕业论文常用的期刊数据库 ③在微信公众号中推送数据库资源(数据库介绍、检索方式、使用技巧)
南京图书馆	微信公众号“资源推荐”栏目定期推荐数据库资源,包括数据库概述、访问方式等
四川图书馆	结合“3.15”等时间节点进行有关的讲座宣传和数字资源推广
北京大学图书馆	微信公众号“数据库使用”栏目介绍各类数据库
西南交通大学图书馆	在微信公众号的推送中介绍数据库
西安电子科技大学图书馆	微信公众号“数图推荐”栏目定期推荐数据库等馆藏数字资源
北京科技大学图书馆	微信公众号“精选试用”栏目定期推荐数据库资源,介绍资源的特色、功能、访问方式
武汉大学图书馆	①根据学生需要定期推荐“学习型”数据库,如四六级、雅思、司法考试、外语学习等专题数据库 ②微信公众号“每月一库”栏目每月推送一个期刊数据库,数据库简介、检索入口、期刊详细列表、访问年限及索引收录等情况。文末附在线有奖答题(可以利用介绍的期刊数据库进行查找答案)

首都图书馆经常根据社会热点推荐对应的数据库资源,如其数字资源推荐170期,该期内容先介绍了“一带一路”的主要内容,随后引出国研网“一带一路”研究与决策支撑平台,整合了有关“一带一路”的全方位信息,并图文并茂地向读者介绍了各栏目的主要功能及包含的内容,最后介绍了从首图网站访问上述数字资源的方法;到了毕业季,首都图书馆面向应届毕业生推荐写毕业论文常用的期刊数据库。

北京大学图书馆在线推荐数据库资源时善于对推广语进行策划包装,如在其微信公众号“数据库使用”栏目中,该馆利用荷兰乌特勒支大学历史系主任 Eijnatten 教授的故事向读者阐述数字资源在学术研究中的重要作用,在此基础上向读者推荐图书馆的人文历史类数字资源。北京大学图书馆微信公众号开设专题“案例研究”,每期介绍某一数据库在某一层面的应用场景,通过具体的应用场景让读者了解该数据库的内容,感知数据库的价值,故事化的推广信息使数据库的介绍和推荐变得生动有趣,从而拉近与读者之间的距离,实现更好的推广效果。

5.4 网上数字资源推荐

部分图书馆还会在馆藏数字资源之外,根据用户的需求对网上公开的数字资源进行开发与推荐。广东省立中山图书馆的“微知乎”和“微数据”服务可谓其中的代表。微知乎是从知乎中摘选了一些用户较为关心的、有意义的问题及回答,以民生信息为主,内容每日更新。微数据是从国研网中摘选与经济贸易及民生有关的内容,以数据罗列为主,内容不定期更新。但这种对网上公开的数字资源进行开发与推荐的模式目前还只有少数图书馆在探索。

6 图书馆数字阅读推广的存在问题与发展对策

6.1 进一步促进数字阅读推广,与传统阅读推广融合发展

从前文可以看出,目前我国图书馆数字阅读推广发展较快,取得了显著成绩,但与国民数字阅读率的高速发展形势相比,与传统阅读推广的力度相比,图书馆数字阅读推广还有较大的发展空间。

数字阅读推广可以发挥数字化的优势,大力开展在线推广模式,包括在线活动、线上出版物、在线阅读社区、在线广告、在线课程、在线导航系统以及在线推荐系统等,并基于在线协作对各种模式进行整合。特别是随着大数据、智能技术的发展,在线推广能发挥个性化推荐、机器智能推荐的优势,提高数字阅读推广的精准性和成效。

因此,图书馆界应进一步重视数字阅读推广,将其纳入阅读推广整体规划与计划,给予统筹安排。

6.2 促进图书馆数字阅读推广模式多元化发展,不断创新

数字阅读推广需要多元模式的协同,以扩大推广的覆盖率和到达率,提升推广效果。目前图书馆的数字阅读推广模式以活动模式、推荐模式为主,图书馆界应努力促进数字阅读推广模式的多元化发展,使出版物、阅读社区、课程、广告等模式也能发挥更大的作用。并在现有模式的基础上加强整体策划,充分利用数字信息技术,推进图书馆数字阅读推广模式不断创新,持续、高效发展。

6.3 促进推广主体走向协作,建立以年轻人为核心的数字阅读推广队伍

目前,图书馆开展的数字阅读推广有一些是与其它馆、单位合作的,但更多的是图书馆独立举办的。因单馆的资源、人才等是有限的,推广效果受到限制,联合举办是解决之道。在互联网环境下,协作是趋势,也是优势,图书馆可以基于在线的协作推广平台分工合作,统一策划、宣传,扩大影响,提高效果。数字阅读推广队伍的建设以熟悉数字阅读的年轻人为核心,以有经验的馆员为骨干,提高推广工作质量。

6.4 强化用户导向,注重推广效果

目前大部分的图书馆数字阅读推广都是面向全体用户展开的,而根据用户的特征细分用户群体的推广却较少,使推广效果大打折扣。应强化用户导向,面向分众开展数字阅读推广。在互联网环境下,数字阅读推广的目标用户以年轻人为主,可以按数字阅读素养的高低、用户持有的不同数字终端、是否粉丝等特征细分用户,可以利用用户大数据精准分析不同类型用户等,针对不同用户群开展个性化的数字阅读推广,提高推广效果。

6.5 加大推广优秀数字读物的力度,提高用户的数字阅读素养

目前我国图书馆的数字阅读推广对象以数字图书馆系统与数据库为主,对深度数字阅读素养、数字读物的推广力度不足。由于网络环境带来的负面影响导致不少用户的数字阅读素养不高,图书馆应加强对优秀数字读物的导读、解读,引领越来越多的用户养成深度数字阅读的习惯,提高其数字阅读素养。发挥数字读物能在线直接连接、通过多终端呈现的优势,加强对数

字读物的的推广。发挥移动阅读的优势,积极推广微知识。适应数字读物立体化趋势,推广数字立体读物,如听书、微讲座等。

6.6 加强用户感知行为研究,精心设计推广信息

在数字读物选择过程中,用户存在着认知资源有限分配的现象,导致用户不可能全面感知数字资源。图书馆应加强对用户感知行为特点的调研,精心设计推广信息,引起用户的注意和兴趣,提高数字阅读推广的成功率。目前图书馆大多不重视对推广信息的设计,以简单的介绍性宣传为主,难以吸引用户的注意。推广信息的设计应基于用户的感知行为特点,内涵要对应用户的阅读需求、反映推广对象的优点、特点,表达方法要具体而清晰,要设身处地从用户角度去设想,基于用户熟悉的语境、情境等设计推广信息,使用户产生共鸣;表达形式要生动(多媒体、可视化等)、有趣(故事化、游戏化等)、简洁(微内容)、时尚,尽量贴近用户,利于用户感知、接受。

6.7 进一步整合多元在线渠道,同时与线下渠道相结合

在数字阅读推广过程中,根据目标用户、推广对象、推广信息的特点综合运用多种推广渠道往往能达到更好的推广效果。目前图书馆的数字阅读推广渠道在整合设计上还需提升。一方面,整合多个在线渠道(官网、微信、微博、APP、二维码等),跨屏联动推广数字阅读,在贴合用户使用习惯的同时满足用户快速获取、在线阅读的需求,帮助用户快速获取和感知数字资源,提高推广效率。另一方面,加强线上渠道与线下渠道的结合,将网站、微博、微信等线上渠道与公告栏、纸质导读刊物、活动现场、公交汽车地铁等线下渠道相结合,是图书馆数字阅读推广的有效措施。

6.8 努力提高组合运用多种推广方法的水平,积极探索运用推广技术

单一推广方法的传播效果有限,对一个推广主题使用多种推广方法可以更有效地打动更多目标用户。目前图书馆数字阅读推广方式已逐步走向多元化,但根据目标用户、推广对象、推广信息、推广渠道等的特点选择合适的方法进行组合使用的水平还不高。图书馆数字阅读推广应精心设计、综合运用各种推广方法,提高传播效果。可以发挥在线推荐、即时互动交流方法的优势,注重对部分沉迷于浅阅读的数字阅读用户进行引导与训练。除了利用人工推广方法之外,图书馆数字阅读推广应积极探索对机器推广方法的运用,利用搜索引擎优化、社会化媒体优化、自动导航、个性化智能推荐(订阅式、推送式)、情境感知智能推荐等机器推广方法进行数字阅读推广,发挥数字营销的精准性优势,更好地提高数字阅读推广的效果。

6.9 建立健全评价机制,促进图书馆持续有效开展数字阅读推广

目前,一些图书馆对其开展的数字阅读推广的效果进行自主测评,如“扫码看书 百城共读”阅读推广公益行动、上海图书馆的市民数字阅读推广等。但测评指标相对简单,推广效果数据有限。多数图书馆没有及时地对数字阅读推广效果进行评价,缺乏反馈机制,不能及时发现推广过程中存在的问题。总体上,目前图书馆缺乏有效的数字阅读推广评价机制。应根据评价目标对评价客体、指标、方法等进行具体设计,可以从图书馆的角度评价其人力、物力、财力等资源的投入力度,目标用户、推广对象、推广信息、推广渠道、推广方法等要素在数字阅读推广运行过程中的运作质量,整个数字阅读推广工作取得的成效,也可以从目标用户自身的角度评价其阅读收益。

参考文献:

[1] 新时代 新业态 新机遇 第八届中国馆配高层论坛暨2018全国馆配商联盟年会在三亚举行[N]. 图书馆报,2018－03－23(11).
[2] 郭秀海. 倡导全民阅读,宣传先进文化,弘扬社会正能量[N]. 图书馆报,2018－03－23(5).
[3] 严贝妮,鞠昕蓉. 我国公共图书馆数字阅读推广模式与创新研究[J]. 图书馆,2017(10):62－65,89.
[4] 李怡梅,肖雨滋,钟春华. 我国公共图书馆数字阅读推广现状及思考[J]. 图书馆,2015(6):32－36.
[5] 卜冰华,陆俊. 我国高校数字图书馆阅读推广的调查研究[J]. 图书馆,2013(4):56－58.
[6] 茆意宏,马坤坤. 国内外关于数字阅读推广的研究现状与趋势[J]. 大学图书馆学报,2019(1):55－66.
[7] 陶涛. 智能公交数字阅读:新媒介的阅读推广[J]. 四川图书馆学报,2017(2):66－68.
[8] 曾书超,何泽. 温州市图书馆推出“数字悦读”新方式[N]. 中国文化报,2017－12－18(6).

作者贡献说明:

彭爱东:研究设计及数据调研,撰写与修改论文;
邢思思:数据搜集,撰写部分论文;
茆意宏:提出论文选题及研究思路,撰写与修改部分论文内容。

Research on the Development of Digital Reading Promotion Model in Libraries

Peng Aidong Xing Sisi Mao Yihong
College of Information Science and Technology, Nanjing Agricultural University, Nanjing 210095

Abstract: [**Purpose/significance**] This paper aims to provide suggestions for the future development of digital reading promotion in libraries, on the basis of investigating the development of digital reading promotion in domestic libraries. [**Method/process**] Taking the main public libraries and academic libraries in China as the research objects, and taking their websites, WeChat accounts and Weibo accounts as data sources, this paper investigates the current situation of digital reading promotion in libraries by means of network survey and literature survey. [**Result/conclusion**] The digital reading promotion in libraries in our country develops rapidly. The present models of digital reading promotion include activities, publications, interpersonal communication, advertisements, courses, navigation and recommendation. However, the development is not balanced. Activities and recommendation are the main models. There is still much room for the development of digital reading promotion in libraries.

Keywords: digital reading digital reading promotion reading promotion library

情报学与情报工作发展论坛(2019)征稿通知(第一轮)

情报学与情报工作发展论坛自成立以来,已成功举办两届,有效推动了情报学与情报工作的科学发展,并取得了良好反响与广泛肯定。大数据与人工智能正在重塑情报学与情报工作的内核与应用场景,为延续《南京共识》精神,把握转型与变革机遇,汇集并凸显情报领域的最新进展,推动我国情报学人与情报工作者的交流,创新情报学与情报工作的理论与实践,搭建年度性的全国情报学学术会议平台,形成学术传统,“新时代 新使命 新作为——情报学与情报工作发展论坛(2019)”将于 2019 年 11 月 8 日 - 10 日在武汉华中师范大学举办。本次论坛将秉承情报学与情报工作发展论坛优良传统,邀请地方、军队、公安等高校和军队、地方情报所的专家学者、师生代表、从业人员共同参会,围绕新时代情报学与情报工作创新与发展展开深入的交流和碰撞,通过不同领域学者专家的探讨与互动,推动情报学与情报工作的纵深发展。热忱欢迎情报学与情报工作领域的师生、学者、专家、从业人员踊跃投稿并参会!

一、主办单位

中国科学技术情报学会

中国社会科学情报学会

中国国防科学技术信息学会

华中师范大学信息管理学院

二、会议日期

2019 年 11 月 8 日 - 10 日

三、会议地点

武汉·华中师范大学

四、征稿主题:新时代情报学与情报工作创新与发展

本届论坛征稿主题包含但不限于以下主题,供投稿作者选题参考。

(1)情报学理论发展与创新。

(2)情报学方法创新与应用。

(3)情报技术创新与实践。

(4)信息行为与情报服务。

(5)安全情报。

(6)情报学学科建设。

(7)情报工作与情报事业发展。

五、征稿要求

(一)征稿对象

论坛面向情报学与情报工作领域的师生、学者、专家、从业人员征稿。

(二)重要日期

征文截稿日期:2019 年 8 月 31 日

审稿结果通知:2019 年 9 月 30 日

稿件请发送至论坛专用邮箱:qbxqbgz2019@163.com

(三)稿件要求

投稿论文须是未公开发表的原创性研究成果,篇幅字数控制在 8 000 字左右。投稿论文格式请参照《图书情报工作》期刊的“投稿须知及格式规范”。

(四)录用、评奖与发表

论坛主办方将邀请专家对投稿论文进行严格评审,一经录用酌付稿酬,并为受邀作论文交流的作者提供与会期间的食宿(每篇录用论文限资助一位);根据征稿数量和质量从中评选出优秀论文一、二、三等奖,届时颁发荣誉证书与奖励;优秀论文将推荐给《图书情报工作》、《图书情报知识》、《情报学报》、《情报科学》、《情报理论与实践》、《信息资源管理学报》、《情报工程》、《情报杂志》、《现代情报》、《知识管理论坛》、《农业图书情报》(排名不分先后)等期刊发表。

六、联系方式

华中师范大学信息管理学院 李玉海

邮箱:yhli@mail.ccnu.edu.cn

电话:027 - 67868865

华中师范大学信息管理学院 易明

邮箱:yiming0415@mail.ccnu.edu.cn

电话:13387599231

特此通知。

华中师范大学信息管理学院

情报学与情报工作发展论坛(2019)组委会

二〇一九年四月二日